

Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship pada Anak Usia Dini melalui Event Market Kids

**Nadlifah¹, Lati Nurliana Wati Fajzrina^{1✉}, Triyana¹, Nurul Ismaiayah¹,
Novita Loka², Tri Mujiati³**

Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia⁽¹⁾; Institut Agama Islam Al-Qur'an Al-Ittifaqiah Indralaya, Indonesia²; Kelompok Bermain Starkids Sukanegara Bangunrejo Lampung Tengah, Indonesia³

DOI: [10.31004/obsesi.v7i3.4638](https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i3.4638)

Abstrak

Jiwa kewirausahaan anak perlu ditanamkan sejak dini dengan berbagai cara dan strategi, salah satunya melalui market day atau pasar anak, dengan tujuan agar anak mampu mencapai puncak kehidupan yang tertinggi sesuai dengan kemampuan minat bakat dan kebutuhan anak. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi berdasarkan data fakta di lapangan yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan penelitian adalah semua pihak yang terlibat dalam kegiatan yaitu pendidik, siswa, orang tua, dan masyarakat umum. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa anak dapat mengaktualisasikan dirinya sesuai dengan kebutuhannya yaitu pada usia dini berdasarkan minat, bakat, keterampilan yang ada pada dirinya yang mampu mendorong anak untuk memahami kebutuhannya. Hal ini dilakukan dengan kerjasama berbagai pihak dan proses perencanaan hingga implementasi dan evaluasi yang cermat. Karena untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan perencanaan dan kerjasama yang baik agar aktualisasi diri pada anak dapat tersampaikan dengan baik.

Kata Kunci : *jiwa kewirausahaan; anak usia dini; pasar anak*

Abstract

Entrepreneurship in children needs to be instilled from an early age in various ways and strategies, one of which is through *market day* or *market kids*, with the aim that children are able to reach the highest peak of life according to their abilities, interests, talents and needs of children. This research is a qualitative type using a phenomenological approach based on fact data in the field obtained by interviews, observation and documentation. The research informants are all those involved in the activity, namely educators, students, parents, and the general public. The results of this study showed that children can actualize themselves according to their needs, namely at an early age based on interest, talent, skills that exist in them that are able to encourage children to understand their needs. This is done with the cooperation of various parties and the planning process through to implementation and careful evaluation. Because in order to achieve the goal, a good plan and cooperation must be needed so that self-actualization in children can be conveyed properly.

Keywords: *Entrpreneurship; Early childhood; Market Kids*

Copyright (c) 2023 Nadlifah, et al.

✉ Corresponding author : Lati Nurliana Wati Fajzrina

Email Address : lathy.nurlyana@gmail.com (Yogyakarta, Indonesia)

Received 11 March 2023, Accepted 17 June 2023, Published 27 June 2023

Pendahuluan

Pendidikan pada anak usia dini merupakan dasar dari pendidikan setelahnya. Pada usia dini inilah anak terdidik sejak awal dari berbagai lingkungan terutama lingkungan pendidikan dari ibu atau orangtua sebagai madrasah pertama bagi anak. Analogi nya, jika diibaratkan sebagai sebuah spons, anak akan menyerap semua hal yang dibentuk oleh lingkungan sekitar baik buruknya akan diserap tanpa difilter oleh anak. Oleh sebab itu pentingnya bimbingan dan arahan untuk memberikan banyak makna dan pengetahuan. Karena apapun yang diberikan pendidik kepada anak, akan tertanam dan melekat kuat pada diri anak. Sejatinya anak akan lebih terdoktrin pada setiap pengalaman yang didapatkan di sekolah oleh gurunya dari pada orang tua. Terbukti dari orang tua yang berpendapat pada intinya anak akan berargumen lebih sering menggunakan kata ibu guru dari pada kata orang tua rata-rata jawaban anak homogen.

Seorang anak identik dengan karakteristik dalam dirinya yakni sebagai peniru yang ulung terhadap orang dewasa. Oleh karena itu, pendidikan pada anak sejak dini harus tertanam kuat dari berbagai segi dan aspek, tidak hanya pertumbuhan dan perkembangannya saja yang harus diperhatikan, tetapi juga bagaimana anak mampu eksplorasi kemampuan diri, mengekspresikan diri, mengeksplor pada segala hal yang dijumpai dan tentunya dalam hal kebaikan untuk masa depan anak (Saugi et al., 2020). Konsep jiwa entrepreneur pada anak tentu berbeda dengan orang dewasa, karena tahapan pada anak masih di usia bermain, dan sederhana (Nugrahani et al., 2021b). Maka upaya menumbuhkan jiwa entrepreneur pada anak merujuk tentang kompetensi yang dimiliki, bagaimana anak mampu mengenali dan memahami dirinya akan lingkungan disekitarnya, bisa juga berupa tindakan anak seperti ucapan, tulisan, maupun perbuatan, yang semua hal tersebut tidak lepas dari adanya keterkaitan suatu minat bakat yang ketika anak melakukan hal tersebut, dipenuhi dengan rasa senang dan penuh keaktifan (Susandi dkk., 2021).

Selain itu, menumbuhkan jiwa entrepreneur pada anak tidak lepas dari pola pembelajaran yang menyenangkan terlaksana secara langsung, hal ini akan memberikan *good moment* bagi anak tentang keunikan dan keunggulan menjadi seorang entrepreneur (Nugroho, 2022) sehingga kebahagiaan anak melaksanakan kegiatan *market kids* menjadi semangat baru anak untuk menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Tidak dipungkiri kebutuhan fisiologis, kasih sayang, penghargaan, rasa aman dan sebagainya sangat dibutuhkan anak. Akan tetapi tidak terlepas dari pengawasan dan peran orangtua sebagai pendidik proses membentuk kepribadian anak dimasa depan (Purwaningsih & Al Muin, 2021). Indikator jiwa entrepreneur pada anak mencakup sesuatu yang sederhana seperti mampu bergaul dengan dunia atau lingkungan sosialnya, berpikir logis, jujur, berani, bertanggung jawab, interaksi komunikasi, tidak berpura-pura, ekspresif, terbuka, dan lain sebagainya (Anastasia dkk., 2021).

Pada penelitian lain juga memaparkan bahwa jiwa entrepreneur pada anak sangatlah penting, karena menjadi salah satu faktor pendukung dalam mengurangi tingginya tingkat angka *bullying* terhadap anak. Sebab, *bullying* yang dilakukan mempunyai sasaran untuk menyakiti fisik dan mental anak yang akan berdampak dan berbekas dalam seumur hidupnya. Oleh karena itu, anak memang harus diajarkan sejak dini bagaimana menghindari, membatasi juga mengatasi hal-hal *negative* yang hadir dalam kehidupannya. Karena, pelaku *bullying* minim sekali untuk jera dan menyadari atas perbuatannya, meskipun pelaku *bullying* terkesan lebih sehat dibandingkan korban. Namun, perilaku yang baik atau karakter pada anak akan tergambar masing-masing dan jika sudah tertanam pada jiwanya, maka akan sangat sulit untuk diterima karna sudah sangat melekat dan menyatu. Karakter juga merupakan bentuk keberhasilan pengembangan diri anak, sehingga karakter juga harus ditanamkan sejak dini pada anak (Susandi et al., 2021).

Selain itu, dalam penelitian terdahulu juga menyatakan bahwa membangun kemandirian pada diri anak perlu adanya upaya dari guru dan kerjasama dengan orangtua.

Terlebih pada saat masa pandemi covid 19, guru dituntut untuk lebih kreatif dalam mengembangkan perkembangan anak salah satunya sosial emosional. Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwasanya pendidik melakukan upaya dalam menumbuhkan kemampuan entrepreneur diri anak dengan cara mendorong anak selalu senang, memberi kesempatan beraktifitas, tidak mendikte anak, memotivasi anak menghilangkan keraguan, memberi kesempatan anak untuk mengembangkan kemampuannya, dan mengenali diri sendiri (Lestari, 2021).

Adapula dalam penelitian sebelumnya bahwa tujuan memiliki jiwa wirausaha pada anak yakni membentuk insan yang shaleh seperti beriman dan bertaqwa kepada Sang Khaliq, ikhlas, mempunyai akhlak baik dan lain sebagainya sehingga dapat menjadikan masyarakat shaleh yaitu masyarakat yang adil, risalah kebaikan dan kebenaran, serta bijaksana (Aryati, 2019). Tujuan dari penanaman jiwa wirausaha ini sendiri tidak hanya sebatas hal itu saja, namun lebih dari itu. Penelitian yang dilakukan sebelumnya menyebutkan bahwa tujuan dari penanaman *entrepreneurship* pada usia dini memiliki jiwa sosial yang tinggi sehingga mampu menghargai apapun yang ada di lingkungan nya (Rustyawati et al., 2022). Selain itu pada kegiatan *market day* ini anak akan memahami atau belajar untuk merawat lingkungan dengan baik (Rustyawati et al., 2022). Sebagaimana penelitian sebelumnya terkait metode pembelajaran yang digunakan yakni dengan menggunakan media pot tanaman dalam meningkatkan jiwa *entrepreneurship* usia dini. Penelitian tersebut mendapatkan hasil bahwa ketika anak mengumpulkan beragam kebutuhan untuk menanam tanaman, ketika itu pula jiwa *entrepreneurship* anak berkembang (Amyanti et al., 2023).

Namun pada keadaan dilapangan, tidak semua anak mampu melakukan hal positif seperti disebutkan sebelumnya. Oleh karena itu, seorang pendidik harus melakukan kerjasama dengan para orang tua dalam rangka supaya anak mampu dan bisa memotivasi dirinya untuk mandiri dalam kehidupan sehari-hari (Hasanah, 2021). Untuk mencapai tujuan tersebut, perlu adanya sebuah metode atau strategi yang harus diterapkan oleh lembaga PAUD, yang bisa saja berbentuk media ataupun suatu kegiatan yang disisipkan dalam rencana program pembelajaran harian maupun mingguan atau program semester (Loka et al., 2022). Misal, seperti adanya *event market kids* yang dicanangkan oleh guru-guru PAUD Starkids dalam rangka mengajarkan pada anak untuk terlibat langsung dan belajar tentang peran jual beli, bagaimana melatih keberanian juga kejujuran, tanggung jawab, sosial emosionalnya, kognitif, komunikasi dengan temannya serta secara tidak langsung mengajarkan anak tentang nilai-nilai kewirausahaan, mengenal numeric melalui uang sebagai alat pembayaran dalam bermain peran jual beli tersebut, dan masih banyak lagi aspek lainnya yang dapat dikembangkan melalui *event market kids*.

Market kids atau biasa dikenal dengan *market day* adalah salah satu jenis kegiatan dari *entrepreneurship* atau kewirausahaan, dimana pada kegiatan ini adanya aktifitas jual beli atau berdagang, dan menawarkan barang yang dimiliki kepada orang lain. Diadakannya pendidikan *market kids* ini, sebagai wadah untuk memberikan pemahaman kepada anak dan kesadaran yang utuh tentang kehidupan. Seperti membentuk struktur emosi, membangun sikap dan mentalitas yang lebih stabil (Suharyoto, 2017).

Disisi lain, *market kids* juga mampu meningkatkan kreativitas dan kemampuan *soft skill* yang berkaitan dengan penanaman nilai-nilai (sabar, kerjakeras, mandiri, rasa ingin tahu, santun, dan sebagainya), sedangkan *hard skill* berkaitan dengan literasi keuangan, pembuatan dan pemasaran produk. Sejalan dengan pendapat Korhonen bahwa, *entrepreneur* selain menyangkut bisnis dan perusahaan, juga ditujukan pada pengembangan pribadi anak terhadap keterampilan kewirausahaan. Seperti kemampuan anak mencari peluang, kreatif, partisipatif, percaya diri dan dapat bertanggung jawab (Hasanah, 2021).

Market day merupakan suatu program pembelajaran dengan model *Projek Based Learning* (PBL) (Wariati & Sukiman, 2021). Pembelajaran ini yakni untuk memberikan pengalaman belajar kepada anak secara langsung melalui pengalamannya sendiri selama

proses pembelajaran berlangsung sehingga dapat lebih berkesan dan bermakna bagi anak (Asrofi et al., 2020). *Market day* bertujuan untuk memberikan pengalaman secara nyata pada peserta didik untuk menumbuhkan sikap yang lebih baik kedepannya dan juga dalam keseharian, serta merupakan sebuah strategi untuk menanamkan/menumbuhkan karakter pada anak sejak dini (Setiawati, Syam Nst, et al., 2022). Melalui *market day*, anak mampu mengembangkan aspek perkembangannya seperti kognitif, sosial emosional, fisik motorik, dan bahasa (Evans et al., 2021). Selain itu juga mengasah keterampilan kewirausahaan pada diri anak (Hernani, 2022).

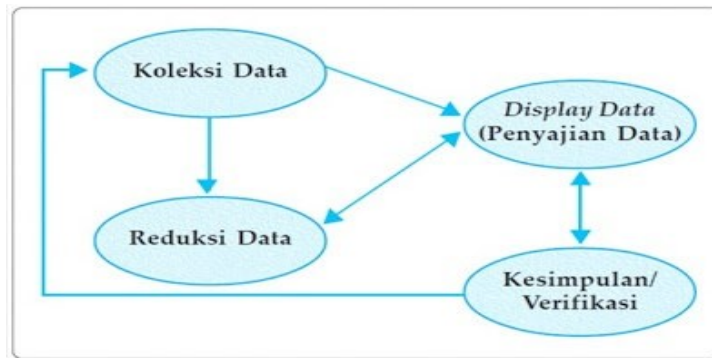
Market day adalah salah satu implementasi dari pembelajaran *entrepreneur* dimana anak diajarkan untuk memasarkan produk dengan berperan sebagai penjual dan pembeli. Produk didagangkan kepada teman, guru, maupun orang lain atau pihak luar (Ratna et al., 2021). Selain dapat mengasah komunikasi anak, *market day* juga bermanfaat bagi sekolah dan orangtua yakni dengan memanfaatkan wahana kegiatan ini dapat memperkuat solidaritas komunitas sekolah juga untuk menunjukkan dan sebagai bukti bahwa adanya dukungan orang tua terhadap anak (Suharyoto, 2017). Artinya melalui kegiatan tersebut banyak yang akan didapatkan oleh anak (Monika, 2021). Salah satunya adalah jiwa *entrepreneurship* yang baik (Masruroh et al., 2022). Tidak hanya itu, anak juga memiliki sosial emosional yang baik dengan adanya sosialisasi dengan lingkungan sekitarnya (Umayah & Huliyah, 2021).

Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa melalui *event market kids* diharapkan mampu memenuhi dan menunjang keberhasilan suatu tujuan yang ingin dicapai oleh pendidik dan lembaga paud tersebut terhadap peserta didik. Terdapat banyak harapan yang dinantikan pada anak untuk mempunyai jiwa wirausaha dan menjadi pribadi yang tangguh serta dapat mengaktualisasikan dirinya sehingga dapat mencapai puncak tertinggi dari tujuan tersebut. Tidak lain tugas seorang pendidik adalah sebagai jembatan ilmu yang memberikan banyak peluang pada peserta didiknya agar bisa menjadi manusia yang benar-benar manusia. Menjadi individu yang melek pengetahuan, serta tak pernah tergerus tertinggal oleh zaman.

Meskipun berada dinegara berkembang, pendidik akan selalu terus mengupayakan yang terbaik bagi muridnya, sekalipun itu anak usia dini, dengan harapan kelak ketika semakin bertumbuh dan berkembang setiap harinya, anak sudah siap menghadapi kehidupan dan kenyataan yang sebenarnya. Oleh sebab itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *event market kids* yang dilaksanakan. Apakah kegiatan *market kids* dapat menumbuhkan jiwa entrepreneurship. Apa saja implikasi pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan kegiatan tersebut.

Metodologi

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana aktualisasi diri pada anak jenjang usia dini melalui pembelajaran *market kids (market day)* di PAUD Starkids Sukanegara, Lampung. Data diperoleh dari pengamatan dan terjun langsung ke lapangan pada saat *event market kids* dilaksanakan. Responden atau subyek penelitian adalah anak kelompok B atau usia 5-6 tahun yang berjumlah 20 anak. Informan dalam penelitian yaitu guru, kepala sekolah dan orang tua. Alat atau instrument yang digunakan dalam penelitian yaitu lembar observasi, pedoman wawancara dan dokumentasi observasi dilakukan untuk mengamati setiap hal, kegiatan maupun aktivitas yang terjadi dan yang dilakukan oleh anak selama pengamatan dilapangan. Kemudian diperinci dengan wawancara pada guru atau pendidik dilembaga tersebut, juga orang tua yang terlibat dalam kegiatan atau event, serta diperkuat dengan dokumentasi kegiatan tersebut. Metododologi yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik analisis data dilakukan melalui alur sebagaimana pada gambar 1.



Gambar 1. Teknik Analisis Data

Setelah semua data terkumpul, dilakukan reduksi untuk memilah mana data yang penting dan sesuai dengan arah penelitian, serta membuang yang tidak perlu dan melebar keluar cakupan pembahasan. Kemudian data disajikan sampai pada tahap akhir yaitu penarikan kesimpulan. Selama kegiatan berlangsung, peneliti juga terlibat didalamnya. Sehingga mengetahui bagaimana proses ketika anak bermain peran jual beli pada kegiatan *market kids* yang mana terdapat banyak sekali manfaatnya termasuk salah satunya menumbuhkan jiwa entrepreneurship pada diri anak usia dini.

Hasil dan Pembahasan

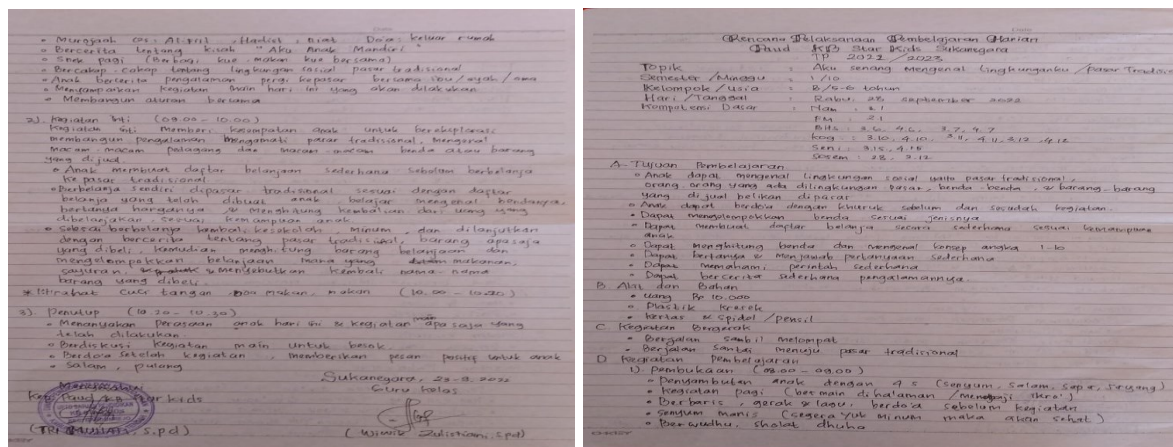
Paud Starkids adalah lembaga pendidikan jenjang anak usia dini yang ada di salah satu Kecamatan Bangunrejo, Kabupaten Lampung Tengah, Provinsi Lampung. Pada lembaga tersebut terdapat sebuah program yang dapat menunjang perkembangan anak, juga sebagai bentuk sosialisasi pada masyarakat mengenai salah satu program yang ada disekolah guna sebagai wujud penanaman nilai-nilai entrepreneurship atau jiwa wirausaha pada anak yaitu melalui *event market kids*. Tujuan diadakannya kegiatan ini adalah sebagai pendidikan awal/dasar pada anak supaya mengetahui dunia *entrepreneur* dan banyak manfaat lain yang dapat diperoleh anak melalui *market kids* tersebut, diantaranya adalah anak mampu mengekspresikan diri, berlatih menjadi pribadi yang mandiri, pejuang, serta melatih kemampuan sosialnya juga kemampuan emosinya, komunikasi (bahasa) anak, serta skill lain yang terdapat dalam diri anak mampu di aplikasikan melalui adanya kegiatan *market kids* terhadap kehidupannya sehari-hari dan juga lingkungan sosial nya serta bekal untuk masa depannya.

Jiwa entrepreneur dapat dikembangkan pada anak usia dini melalui minat bakat anak. Kemampuan tersebut dapat terintegrasi oleh nilai-nilai seperti kejujuran, keberanian, adil, serta dapat melatih komunikasi dan interaksi anak, melatih anak menjadi pemberani yang tidak malu-malu, percaya diri, bertanggung jawab, mempunyai semangat dan pantang menyerah, mengajarkan anak nilai mata uang, sabar, ikhlas, supaya kelak dapat menjadi wirausahawan sukses dan terbaik versi masing-masing.

Kegiatan *market kids* dilaksanakan hanya pada saat waktu tertentu saja yaitu ketika puncak tema profesi sebagai contoh yakni pedagang. Alasan memilih profesi tersebut karena, pedagang sering dijumpai oleh anak-anak dalam kehidupan sehari-hari, bahkan mayoritas pekerjaan orang tua dari peserta didik adalah berdagang/berniaga. Oleh karena itu, agar anak mampu mengetahui dan mempelajari bagaimana profesi pedagang yang selama ini hanya dilihat sebatas berjualan dan dapat uang, namun sejatinya lebih dari itu.

Seperti halnya pedagang harus selalu memperhatikan dan mengecek kondisi barang dagangannya, kualitas dagangan, harus adil dan jujur dalam berdagang, siap mental dan fisik ketika memilih jadi pedagang, siap menerima argument dan keluhan dari konsumen jika terjadi ketidaksesuaian barang dengan harga, sabar, tekun, ulet serta dapat mengembangkan

jiwa kepemimpinan, inovatif, terampil, dan sebagainya (Uswatun, 2019). Namun faktanya banyak manfaat didalam perniagaan yang jarang diketahui dan disepelekan banyak khalayak sehingga tidak sedikit masyarakat yang menyepelekan pekerjaan yang berkaitan dengan profesi pedagang, usaha, berniaga dan sejenisnya. Sebagaimana diketahui bahwa berdagang atau berniaga merupakan pekerjaan mulia yang telah diajarkan sejak zaman dahulu. Proses pertama sebelum puncak kegiatan market kids digelar adalah planning. Pihak sekolah menyiapkan rancangan terlebih dahulu bagaimana RPP kegiatan tersebut, sebagaimana pada gambar 2.



Gambar 2. RPP Kegiatan Market Kids

Pada gambar 2 nampak jelas bahwa perencanaan yang dilakukan oleh pihak sekolah (guru) selaku penanggung jawab harus dipersiapkan secara matang. Kemudian, pihak sekolah sehari sebelum acara digelar mengkonfirmasi pada orangtua/wali untuk dapat bekerjasama dalam membantu mensukseskan kegiatan *market kids* dengan mengkondisikan anak-anak nya seperti para orang tua memberikan catatan kepada anak terkait apa-apa yang akan di beli/dibelanjakan oleh anak dipasar. Karena, pada tahap ini anak akan belajar untuk menjadi pembeli berbelanja kepasar terkait bahan-bahan yang akan digunakan pada saat kegiatan berlangsung. Sebagaimana pada gambar 3 yang menunjukkan anak berbondong-bondong untuk belanja bahan ke pasar.

Gambar 3 menunjukkan bahwa anak diajarkan berbelanja dipasar menggunakan catatan yang diperoleh dari orangtuanya. Untuk pergi kepasar, anak dilatih dengan berjalan kaki dari sekolah sampai kepasar dengan diikuti dan dipandu oleh guru nya, Sedangkan orangtua menunggu disekolah. Peran orang tua disini secara tidak langsung membantu anak menyiapkan daftar belanjaan yang akan dibeli dan berperan juga sebagai pembeli dagangan anak saat kegiatan berjalan. Selepas kegiatan berbelanja dipasar selesai, anak kembali lagi kesekolah untuk melaksanakan tahap akhir yaitu puncak kegiatan market kids dengan bermain peran jual beli yang dilakukan dilingkungan sekolah.

Puncak *event market kids*, adalah kegiatan yang dimana barang hasil pembelian dipasar kemudian anak tata pada meja/tenant yang telah disediakan atau diolah (jika kegiatannya adalah *cooking class*). Kemudian tahap selanjutnya menjual kembali kepada sesama temannya, guru, orangtua, maupun masyarakat sekitar atau orang lain dari pihak luar (orang yang dijumpai baik sengaja maupun tidak sengaja).

Anak akan melatih kemampuannya untuk bernegosiasi dimulai dari saat berbelanja sampai pada menjual barang dagangannya kembali. Anak akan melakukan peran jual beli dengan temannya, secara tidak langsung anak telah melakukan tahap melihat, mengamati, mengeksplorasi. Serta secara sadar dan spontan anak melakukan proses berpikir kritis dan kreatif pada saat proses pembelajaran berlangsung. Dan anak juga telah belajar literasi

(membaca catatan daftar belanjaan, menghitung jumlah belanjaan dan pendapatan serta pengeluaran pada saat dilakukannya transaksi jual beli, serta mungkin anak pun akan menulis sederhana misal menuliskan barang yang terjual dan tidak) pastinya dengan panduan dan arahan dari guru.



Gambar 3. Anak Berbelanja di Pasar

Berdasarkan pengamatan para guru terhadap peserta didik pada saat proses kegiatan *event market kids* berlangsung, anak merasa senang, ceria, bergembira, antusias, dan tampak bersemangat, terlebih bagi anak yang sudah paham nilai mata uang dan senang jika mendapat uang, maka jiwa wirausaha dalam diri anak secara spontan muncul, bentuk aktualisasi diri anak pun terlihat. Seperti adanya interaksi komunikasi, berani untuk melakukan peran jual beli, berakting sebagai pedagang dan pembeli, jujur, bertanggung jawab pada dagangannya, dan antusias bekerja keras supaya barang jualannya habis.

Nilai positif yang dapat diambil dari *event market kids* termasuk dari anak berbelanja kepasar dengan berjalan kaki, sampai tahap pelaksanaan ialah, anak mampu bersosialisasi dengan lingkungan masyarakat, berinteraksi dengan pedagang pasar, berkomunikasi, berani untuk melakukan transaksi pembelian, mengenal nilai mata uang yang dijadikan sebagai alat pembayaran, fisik motorik nya berkembang, kognitif nya juga didapatkan, serta mengolah emosi nya pun anak bisa, karena ketika berbelanja dipasar dan berperan sebagai penjual secara tidak langsung anak dituntut untuk sabar, ikhlas, dan jujur.

Pada proses kegiatan berlangsung tentunya ada faktor yang menjadi pendukung pelaksanaan program yaitu antusias dari para peserta didik dengan adanya kegiatan ini. Selain itu, kegiatan ini juga didukung dengan kerjasama dari para orangtua yang berperan ikut membantu mensukseskan program *market day*. Kemudian fasilitas dari sekolah yang menunjang pelaksanaan event ini, serta adanya perencanaan yang matang sehingga kegiatan *market kids* dapat berjalan dengan baik dan terarah.

Di sisi lain, juga terdapat faktor penghambatnya yaitu anak didik kebingungan dengan banyaknya jumlah daftar belanjaan yang harus mereka beli, bingung menghitung uang untuk berbelanja maupun kembalian saat berlangsungnya peran jual beli, bingung bagaimana cara menjajakan barang dagangannya pada orang lain, dan faktor lain seperti cuaca misal saat cuaca hujan pasti anak akan terpecah fokusnya dan kegiatan akan berubah tidak kondusif, karena anak akan mencari tempat untuk ia berteduh sehingga tidak menghiraukan barang-barang dagangannya yang terbengkalai.

Feedback yang didapatkan dari adanya program market kids bagi sekolah yakni sebagai bentuk program pemasaran sekolah melalui kegiatan anak yang mengarah pada kewirausahaan. Sedangkan bagi peserta didik diantaranya mampu mengembangkan soft skill maupun hard skill anak, mengembangkan aspek perkembangannya, menanamkan nilai-nilai jiwa wirausaha, menjadikan anak mempunyai pribadi yang berani, tanggung jawab, jujur, mandiri, kreatif, dan cerdas.

Tahap akhir adalah evaluasi, ini merupakan bagian penting dalam suatu kegiatan pembelajaran bagi anak usia dini. Dengan adanya evaluasi, guru akan mengetahui sejauh mana keberhasilan acara ini, bagaimana manfaat yang didapatkan terutama terkait perkembangan anak, apa yang dapat dihasilkan dari adanya program ini, apakah dari awal perencanaan sampai pada tahap pelaksanaan terdapat banyak kendala, kemudian sebagai penentu layakkah program ini tetap bertahan dan dijalankan untuk waktu selanjutnya, tercapaikaah capaian pembelajaran anak melalui event ini, serta evaluasi ini merupakan diskusi urgent yang wajib guru bahas setelah program selesai dilaksanakan. Guna untuk menentukan bila ditemukan permasalahan maka diskusikan untuk mencari jalan keluar agar kedepannya pelaksanaan market kids bisa berjalan dengan lebih baik lagi. Dalam hal ini penanggung jawab utama (kepala sekolah) memberikan kesempatan pada pendidik (guru-guru) untuk mengelola, mengawasi peserta didik pada saat event market kids dilaksanakan, selanjutnya memaparkan hal-hal yang berkaitan dengan perkembangan anak, juga lainnya sebagaimana disebutkan sebelumnya pada paragraph ini.

Program Market Day Pada Anak Usia Dini

Kegiatan market day pada anak usia dini adalah program kegiatan yang menjadi puncak tema kegiatan di akhir semester pada setiap satuan lembaga pendidikan. Program ini disebut juga program preneur yang mana anak diajarkan untuk belajar langsung tentang bagaimana berperan sebagai seorang pedang dan berperan sebagai pembeli (Hernani, 2022). Program ini juga dilakukan sebagai program penumbuhan karakter sekaligus upaya untuk menumbuhkan jiwa enterpreneur pada diri anak. Dengan adanya program tersebut, anak akan lebih gemar memilih peran yang anak sukai dan minati mulai menjadi pedagang atau pembeli sehingga stimulasi pada anak terarah dengan baik. Dalam berperan sebagai pedagang dan pembeli anak akan belajar mengenai bagaimana cara berlakon dengan baik, sehingga rasa percaya diri anak menjadi lebih baik. Kemudian dalam kegiatan market day anak dapat mengasah cara berkomunikasi dan keberanian pada anak, ini ditunjukkan pada saat anak melakukan perannya dengan baik. Kegiatan market day juga perlu pendampingan guru dan orang tua agar aspek yang harus dicapai sesuai dengan capaian perkembangan pada anak (Nugrahani et al., 2021a).

Program market day merupakan program unggulan yang juga menjadi program utama sekolah sebagai ajang promosi peningkatan mutu pada satuan pendidikan (Kholili & Fajaruddin, 2020). Maka dari itu tidak heran pula market day dapat menjadi penentu dan alasan sekolah meningkatkan mutu lembaga dengan mengembangkan program-program unggulan yang sekiranya dapat membantu mengembangkan karakter dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan bagi anak untuk menjadi lebih baik (Asrori & Nugroho, 2016).

Program market day juga merupakan program yang terlaksana secara sistematis, yakni mulai dari perencanaan sekolah dalam menyusun terlaksananya kegiatan market day, kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan kegiatan yang melibatkan seluruh peserta termasuk guru dan peserta didik, tidak lupa pula setelah melakukan kegiatan evaluasi dilakukan dengan mengandalkan sebuah penilaian terkait hal apa saja yang di rasa perlu untuk diperbaiki maupun tetap dilaksanakan (Yusuf et al., 2021). Dalam hal ini sudah terlihat jelas bahwa perlunya manajemen yang baik, mulai dari pengelolaan hingga sampai evaluasi berlangsung, hal ini dilakukan agar terhindar dari kejadian yang tidak diinginkan dan kegiatan berjalan sesuai dengan perencanaan dan capaian perkembangan enterpreneur pada anak melalui program market day ini melekat pada dirinya.

Dalam pelaksanaan program market day perlu adanya keterlibatan sekolah dengan mitra kerja lainnya. Sebagaimana yang kita ketahui bahwa program layanan pendidikan yang baik sudah seharusnya melibatkan seluruh mitra kerja untuk bekerja sama. Hal ini sesuai dengan pendapat (Setiawati, Silalahi, et al., 2022) yang mengatakan bahwa dalam penyelenggaraan pembelajaran market day, keterlibatan orang atau kelompok lain menjadi bentuk kerja sama yang baik, selain dapat mendukung berjalannya kegiatan, terlibatnya kelompok lain juga menjadi penentu keberhasilan program kegiatan ini, karena sejatinya program kegiatan market day perlu melibatkan banyak orang, seperti halnya orang tua, kelompok pedagang, tempat pemasaran (pasar, minimarket, Alfamart, Indomaret) sehingga anak dapat berperan sesuai dengan apa yang direncanakan dan sesuai dengan minatnya.

Internalisasi Program Market Kids

Sebagai program pendukung pembentukan karakter pada anak, *market kids* juga merupakan sebuah inovasi pengembangan internalisasi jiwa entrepreneurship pada anak. *Market kids* memberikan pemahaman dan kesadaran yang relatif lebih utuh tentang kehidupan, membentuk struktur emosi dan mentalitas yang lebih stabil, serta membangun sikap-sikap keseharian yang lebih tercerahkan dari waktu ke waktu (Nurhafizah, 2018). Kegiatan *market day* dapat menjadikan anak untuk mendapatkan pembelajaran secara partisipatif untuk meningkatkan keterampilan serta kemampuan anak (Uswatun, 2019). Mendorong kemampuan keuangan anak (*Encouraging students finance capability*). Mencakup keterampilan matematika atau berhitung pada anak, tanggung jawab dan keputusan-keputusan sendiri tentang uang dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara anak untuk mengelola keuangan sejak dini. Mendorong kewirausahaan peserta didik (*Encouraging students entrepreneurship*). Untuk dapat berwirausaha anak diharapkan mampu dalam hal komunikasi, kepercayaan, manajemen resiko, belajar dari kesalahan (Apsari & Pamungkas, 2019). *Market kids* juga menjadi proses menumbuhkan jiwa *entrepreneur*, memahami dunia bisnis, melatih kreativitas dan inovasi pada anak. *Market Kids* juga dapat menumbuhkan rasa percaya diri pada anak, meningkat kemampuan komunikasi anak dan melatih kecerdasan bisnis anak (Lasmini & Windarsih, 2020). Anak-anak akan terbiasa dengan konsep kejujuran misalnya dalam timbangan, takaran, barang mana yang baik dan mana yang rusak. *Market Kids* sebagai bentuk aktivitas entrepreneur dimana anak diajarkan bagaimana memasarkan produk kepada teman, guru, ataupun kepada pihak luar (Mustikawati, 1910).

Faktor Pendukung dan Penghambat Program Market Kids

Setiap aktivitas dan kegiatan tidak selamanya berjalan mulus, adakalanya naik dan adakalanya pula turun. Layaknya event market kids yang dilaksanakan, ada faktor-faktor yang mendukung juga menghambat kegiatan ini. Faktor tersebut baik dari internal maupun eksternal (Setiawan et al., 2021).

Faktor pendukung sebagaimana yang terjadi dilapangan sangatlah menjadi penentu keberhasilan program yang diselenggarakan. Adapun yang menjadi pendukung yaitu pertama, adanya semangat dan antusias dari peserta baik dari anak didik, guru maupun orangtua yang mendukung adanya program ini. kedua, adanya respon dan izin penuh dari lembaga dalam penyelenggaraan event tersebut, dan terdapat evort positif dalam membantu menyelenggarakan event ini yang juga dibantu dan diizinkan oleh pihak pasar juga pihak pedagang untuk ketika jam belajar, anak-anak diperbolehkan menjajakan kaki dipasar untuk belajar secara nyata melalui pengalaman langsung selama kegiatan dilakukan. Faktor pendukung lain dalam upaya menumbuhkan jiwa entrepreneurship pada anak melalui event market kids adalah lingkungan sekolah yang kondusif dan kooperatif, adanya perencanaan yang matang, komponen sekolah yang kompeten dan memadai, pihak terlibat (pendidik, orangtua dan murid) yang mampu bekerjasama dengan baik dan kooperatif (Priansa, 2009).

Adapun faktor penghambat nya pertama, terdapat beberapa anak yang mengeluh atau tidak terbiasa ke pasar yang tentunya dipasar adalah tempat umum, ramai orang, berdesakan

dan campur baur baik aroma bau dan sebagainya. Kedua, terdapat orang tua yang tidak mendukung program ini karena dinilai dapat membahayakan anaknya ketika ditengah keramaian dan dapat menimbulkan alergi bagi anak yang mempunyai kulit sensitive. Ketiga, adanya kekhawatiran berlebih dari orangtua jika dipasar akan merepotkan karena anak akan meminta ini itu serta membuat ribet orang-orang atau pedagang dipasar.

Faktor penghambat tersebut adalah bukan hal urgen dalam kegiatan ini, hanya saja pihak sekolah ketika akan melaksanakan event tersebut harus lebih cermat dan teliti serta adanya pemberian edukasi lebih kepada pihak-pihak yang sekiranya akan dilibatkan supaya meminimalisir kesenjangan atau hal tidak diinginkan terjadi, sehingga hal tersebut dapat menjadi bahan evaluasi untuk kedepannya.

Simpulan

Penanaman jiwa enterpreneurship pada anak dapat terstimulasi dan berjalan dengan baik melalui event market kids yang dilakukan oleh lembaga PAUD KB Starkids dengan melalui proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi oleh team (kepala sekolah, guru, orangtua, murid, dan pedagang/masyarakat). Terbukti bahwa anak-anak mampu mengembangkan skill diri dan dapat menjalankan tugasnya masing-masing serta mampu belajar banyak hal dari berbagai aspek seperti sosial emosional, kognitif, motorik, bahasa, nilai agama dan budi pekerti/moral, anak juga kreatif, inovatif versi dirinya. Market kids merupakan program unggulan lembaga PAUD yang dapat membangun kemitraan dan pemasaran daya tarik bagi para orang tua untuk menyekolahkan putra-putrinya ke lembaga tersebut. Market kids juga merupakan program positif yang membawa banyak manfaat tidak hanya bagi murid, tetapi pada seluruh yang terlibat. Faktor pendukung terlaksananya market kids yaitu antusiasme anak yang tinggi, dukungan orang tua dan para pedagang di pasar yang memberikan dukungan penuh dengan adanya kegiatan tersebut. Faktor penghambat dalam event market day/kids yaitu anak yang tidak terbiasa di pasar, orang tua yang kurang mendukung serta kekhawatiran orang tua yang berlebih pada anak ketika anak melakukan kegiatan market kids.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang terlibat baik informan penelitian/narasumber, para penulis yang telah berkontribusi, serta kepada pembimbing penulisan karya ilmiah dan semua yang telah ikut serta dalam proses pembuatan naskah (penasehat).

Daftar Pustaka

- Amyanti, T. H., Windarsih, C. A., & Alam, S. K. (2023). Jiwa Enterpreneurship Anak Usia Dini: Implementasi Kegiatan Mengemas dan Mendekor Pot Tanaman Hias pada Masa Pandemi Covid-19. *CERIA(Cerdas Energik Responsif Inovatif Adaptif)*, 6(2), 145–152. <https://doi.org/10.22460/ceria.v6i2.15085>
- Anastasia yani lestari, Dau, Y. Iodowik deki, & Januru, L. (2021). Pengaruh Pemenuhan Kebutuhan Anak Didik Terhadap Proses Aktualisasi Diri Anak Pada Pendidikan Anak Usia Dini (Paud) Santo Vincentius A Paulo Kupang. *Jurnal Selidik (Seputar Penelitian Pendidikan Keagamaan)*, 2(1), 20–32. <https://ejurnal.org/index.php/selidik/article/view/33>
- Apsari, A. S., & Pamungkas, F. B. (2019). Membangun Karakter Entrepreneur melalui Pendekatan Pendidikan. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(1), 1–22. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v1i1.3148>
- Aryati, A. (2019). Paradigma Aktualisasi Diri Anak Sejak Di Usia Dini (Analisis Pada Penerapan Di Lingkungan Pendidikan Anak Dalam Perspektif Pendidikan Islam). *BELAJEA: Jurnal Pendidikan Islam*, 4(2), 199–222. <https://doi.org/10.29240/belajea.v4i2.1050>

- Asrofi, M., Pd, M., & Mustikawati, E. (2020). Menumbuhkan Literasi Keuangan Melalui Progam Market Day di SDIT Lukman AlHakim Internasional. *AN NUR: Jurnal Studi Islam*, 12(2), 185–208. <https://jurnalannur.ac.id/index.php/An-Nur/article/view/83>
- Asrori, B., & Nugroho, R. (2016). Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Sma Islam Nurul Amanah Kecamatan Tragah Kabupaten Bangkalan. *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 4(1), 1–8. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/inspirasi-manajemen-pendidikan/article/view/15904>
- Evans, D. K., Jakiela, P., & Knauer, H. A. (2021). The impact of early childhood interventions on mothers. *Science*, 372(6544), 794–796. <https://doi.org/10.1126/science.abg0132>
- Hasanah, N. I. (2021). Implementasi Program Kidspreneurship pada TK Khalifah di Kalimantan Selatan. *Jurnal PG-PAUD Trunojoyo: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Anak Usia Dini*, 8(1), 15–25. <https://doi.org/10.21107/pgpauldtrunojoyo.v8i1.9806>
- Hernani, S. Y. (2022). Implementasi Kegiatan Market Day Dalam Upaya Menumbuhkan Karakter Kejujuran Anak Usia Dini Di Kelompok A Ra Al Husna Sugihrejo Gabus Pati [Institut Agama Islam Negeri Kudus]. <http://repository.iainkudus.ac.id/6939>
- Kholili, A. N., & Fajaruddin, S. (2020). Manajemen strategik peningkatan mutu lembaga pendidikan Muhammadiyah di Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 8(1), 53–69. <https://doi.org/10.21831/jamp.v8i1.31630>
- Lasmini, L., & Windarsih, C. A. (2020). Meningkatkan Kreativitas Anak Usia Dini Dalam Kecerdasan Intrapersonal Melalui Kegiatan Market Day. *CERIA (Cerdas Energik Responsif Inovatif Adaptif)*, 3(5), 432–438. <https://www.journal.iikpsiliwangi.ac.id/index.php/ceria/article/view/4711>
- Lestari, E. (2021). Upaya Pendidik Dalam Menumbuhkan Aktualisasi Diri Peserta Didik Tk Mardisiwi Di Masa Pandemi Covid 19. *MENTARI: Jurnal Pendidikan Anak*, 1(1), 1–8. <https://jurnal.lppmstkipponorogo.ac.id/index.php/Mentari/article/view/46>
- Loka, N., Sukiman, S., Maesaroh, M., & ... (2022). Implementation of the integrative thematic-based 2013 curriculum in al-Ittifaqiah Islamic Kindergarten post-covid-19. *Al-Athfaal: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(2), 159–168. <http://www.ejournal.radenintan.ac.id/index.php/al-athfaal/article/view/14113>
- Masrurroh, F., Riskiyana, R., & Wulandari, H. (2022). Membentuk Mental Enterpreneur Anak Dengan Project Based Learning. *Atthufulah : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 3(1), 21–25. <https://doi.org/10.35316/atthufulah.v3i1.2424>
- Monika, K. (2021). Pembelajaran Entrepreneurship Melalui Sentra Bermain Peran Di TKIT An-Najah. *Bunayya : Jurnal Pendidikan Anak*, 7(1), 114. <https://doi.org/10.22373/bunayya.v7i1.9292>
- Mustikawati, A. (1910). Program Market Day Sebagai Sarana Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Siswa Sd IT Luqman Al-Hakim Internasional Banguntapan Bantul, Yogyakarta (Vols. s11-II, Issue 31) [UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta]. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/16183>
- Nugrahani, R., Munastiwi, E., & Suhendro, E. (2021a). Strategi Pengembangan Nilai-nilai Entrepreneurship Pada Anak Usia Dini. *Journal of Early Childhood Education (JECE)*, 2(2), 138–154. <https://doi.org/10.15408/jece.v2i2.17390>
- Nugrahani, R., Munastiwi, E., & Suhendro, E. (2021b). Strategi Pengembangan Nilai-Nilai Entrepreneurship pada Anak Usia Dini. *Journal of Early Childhood Education (JECE)*, 2(2), 138–154. <https://doi.org/10.15408/jece.v2i2.17390>
- Nugroho, A. J. S. (2022). Pelatihan Jiwa Wirausaha Bagi Anak Usia Dini dan Pembelajaran Pembiasaan Hidup Sehat Era Pandemi Covid-19 di TK-IT dan SD-IT Al -Hasna Klaten. *Jurnal Pengabdian Masyarakat - PIMAS*, 1(2), 89–95. <https://doi.org/10.35960/pimas.v1i2.769>
- Nurhafizah, N. (2018). Bimbingan Awal Kewirausahaan pada Anak Usia Dini. *Jurnal Konseling Dan Pendidikan*, 6(3), 205–210. <https://doi.org/10.29210/127300>

- Priansa, D. (2009). Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur. In *Entrepreneurial Mindsets & Skill*. academia.edu.
- Purwaningsih, D., & Al Muin, N. (2021). Mengenalkan Jiwa Wirausaha Pada Anak Sejak Dini Melalui Pendidikan Informal. *Jurnal USAHA*, 2(1), 34–42. <https://doi.org/10.30998/juuk.v2i1.653>
- Ratna, R., Sari, N., Hariyani, T., Arisanti, P., Kusumawati, Y., Prasetyo, E., Supriyadi, S. G., Astari, I. Y. (2021). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Sejak Usia Dini Di Panti Asuhan Ar-Risalah Hidayatullah. *Jurnal ABDIKMAS*, 1(1), 66–71. <https://ejournal.kahuripan.ac.id/index.php/abdikmas/article/view/644>
- Rustyawati, D., Maknunah, H., Agama, I., Nahdlatul, I., & Tuban, U. (2022). Penanaman Emosional Pada Anak Usia Dini Melalui Kegiatan Market Day Di Ra Bunga Islam Minohorejo Widang Tuban. *Strategi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 37–44. <https://www.ejournal.iainutuban.ac.id/index.php/strategi/article/view/427>
- Saugi, W., Sundari, I., & Agustiah, A. (2020). Penanaman Karakter Kewirausahaan Di TK Alam Al-Azhar Kutai Kertanegara. *As-Sibyan: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(1), 9. <https://doi.org/10.32678/as-sibyan.v5i1.2379>
- Setiawan, J. L., Virilia, S., Sanjaya, E. L., & Teonata, A. (2021). *Bunga Rampai Keluarga Tangguh 2*. Universitas Ciputra.
- Setiawati, N. A., Silalahi, T. M., & Limbong, W. S. (2022). Implementasi Model Pembelajaran Market Day Pada Orang Tua Dan Peserta Didik Dalam Membangun Jiwa Entrepreneur Di Sdn No. 064983 Sampali Kec. Percut Sei Tuan. *Jurnal Abdimas Mutiara*, 3(1), 131–138. <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JAM/article/view/2614>
- Setiawati, N. A., Syam Nst, F., & Zahara, R. (2022). Application Of The Market Day Based Entrepreneurship Learning Model In Building Generation Entrepreneurs. *Journal Of Education And Teaching Learning (JETL)*, 4(1), 38–48. <https://doi.org/10.51178/jetl.v4i1.432>
- Suharyoto, L. S. (2017). Menanamkan Nilai Kewirausahaan Melalui Kegiatan Market Day. *Golden Age: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 1(1), 57–64. <https://doi.org/10.29313/ga.v1i1.2861>
- Susandi, A. S., Luayyin, R. H., & Dirgayunita, A. (2021). Aktualisasi Diri Untuk Mengurangi Perilaku Bullying Pada Anak. *Jurnal Visi Ilmu Pendidikan*, 13(2), 72. <https://doi.org/10.26418/jvip.v13i2.45698>
- Umayah, U., & Huliyah, M. (2021). Early Childhood Learning Model Based On Local Wisdom Entrepreneurship In Banten Province. *Indonesian Journal of Islamic Early Childhood Education*, 6(1), 78–87. <https://doi.org/10.51529/ijiece.v6i1.223>
- Uswatun, H. (2019). Upaya Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship Melalui Kegiatan Market Day Bagi Anak Usia Dini. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 8–19. <https://ejournal.metrouniv.ac.id/index.php/JPM/article/view/1599>
- Wariati, W., & Sukiman, S. (2021). Pembelajaran Tauhid dan Entrepreneur untuk Anak Usia Dini. *Golden Age: Jurnal Ilmiah Tumbuh Kembang Anak Usia Dini*, 6(4), 193–208. <https://doi.org/10.14421/jga.2021.64-03>
- Yusuf, I., Hartati, S., & Sumadi, T. (2021). Implementasi Pembelajaran Entrepreneurship di Taman Kanak-kanak. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(3), 1158–1168. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i3.1737>